



Aprendiendo a exportar paso a paso (1era. Parte)

Claudia Cervantes B.

Departamento de Asesoría Empresarial y Capacitación

sae1@promperu.gob.pe

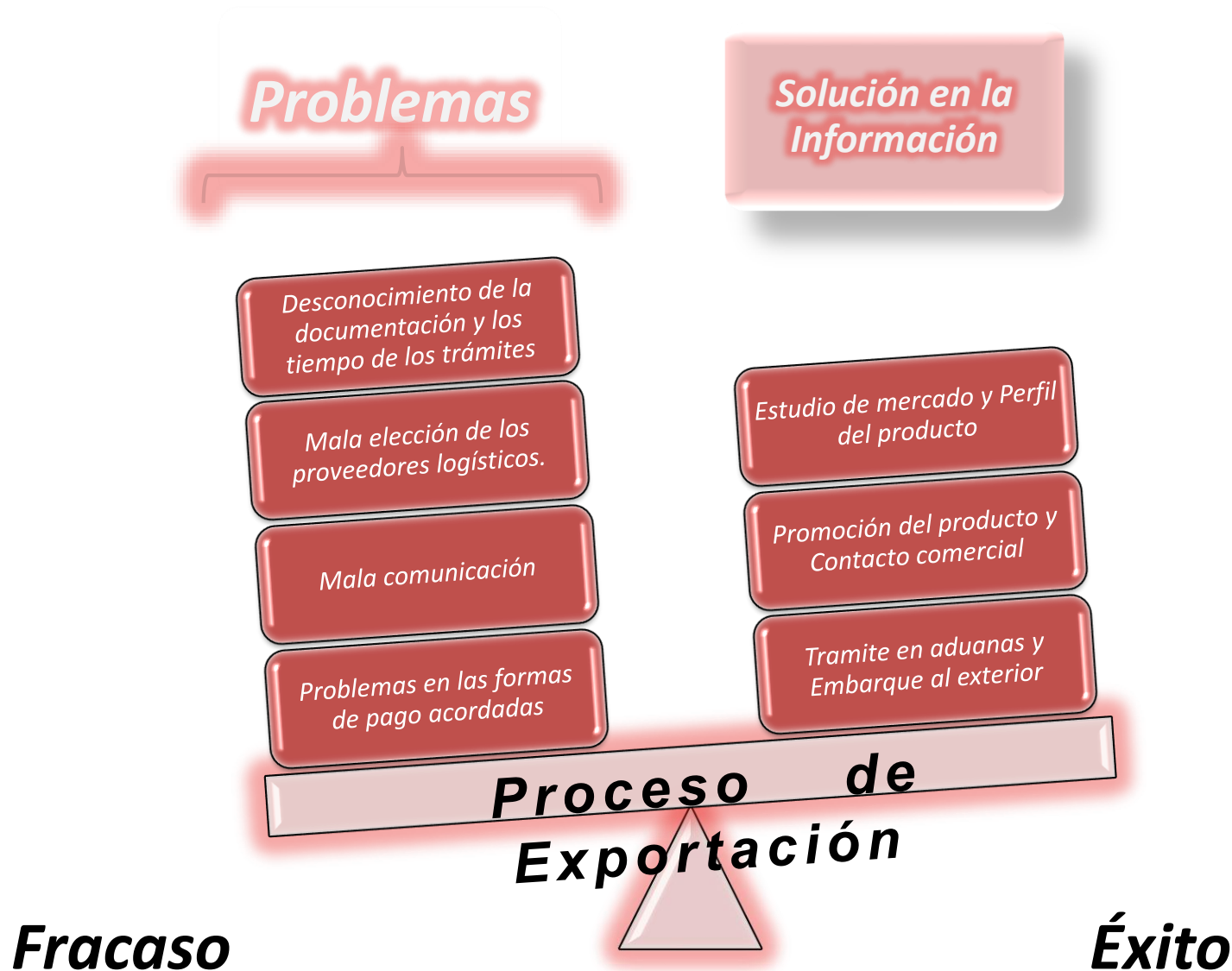
www.promperu.gob.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

14 de noviembre de 2018

Lima, Perú







¿QUÉ ENTENDEMOS POR EXPORTAR?

Regulada por: Ley General de Aduanas. Decreto Legislativo 1053 y su reglamento.

Artículo 60º.- Exportación definitiva

“Régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior.

La exportación definitiva no está afectada a ningún tributo”.

Fuente: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>



¿Qué factores debe evaluar la empresa para poder exportar?

- Contar con un Plan Estratégico de exportaciones
- Contar con una infraestructura adecuada
- Contar con un nivel de producción constante y sostenido
- Contar con un personal adecuado
- Manejar el aspecto financiero

“Lo mas recomendable es que todas y cada una de las empresas que participan en los negocios de exportación se capaciten en entender la estructura y el proceso global del comercio internacional, los principios operativos internacionales, las partes de las que se compone una exportación y los documentos que se emplean”

LA CLAVE DEL COMERCIO





Tabla de contenido

Exportando paso a paso

Así, todos podemos hacerlo

1

RUC

Formalización de tu empresa

Antes que nada, debes estar formalizado como persona natural o jurídica. Tu empresa tiene que estar reconocida legalmente y contar con número de RUC. Asimismo, debes estar habilitado para emitir boletas de venta o facturas comerciales. Este procedimiento se realiza en la SUNAT.

Estudio del mercado

Tienes que realizar un análisis del mercado internacional para determinar la demanda potencial y las oportunidades de negocios. Para ello, debes consultar con fuentes de información, tales como estadísticas y bibliografía especializada, así como asistir a actividades de capacitación. Toda esta información está disponible para ti en el portal SIICEX: www.siicex.gob.pe.

2



3



Perfil de tu producto

Debes efectuar un análisis sobre las características de tu producto para determinar si es exportable.

- ¿Responde a las necesidades, gustos y preferencias, modas y tendencias de consumo en el exterior?
- ¿Se diferencia en algo con respecto a los productos de la competencia?
- ¿Se ajusta a los requerimientos de cantidad, calidad, etiquetado y protección del medioambiente?

En caso de no contar aún con un producto, te sugerimos considerar la etapa de búsqueda y selección de proveedores locales y la adaptación del producto a los requerimientos del mercado internacional.

4



Promoción de tu producto

Para que tu mercancía pueda ser conocida en el mercado internacional es necesario utilizar herramientas de promoción comercial, como las ferias internacionales, que no solo permiten exhibir tu producto sino también establecer contacto con potenciales compradores, así como evaluar a la competencia.

También existen otras formas de contactar clientes, por ejemplo, a través de la participación en ruedas de negocios, misiones empresariales o incluso con una promoción directa, haciendo uso de las tecnologías de la información. Así, internet se convierte en una herramienta alternativa que te permite reducir costos y tener una aproximación virtual a tus compradores.

5



Contacto comercial

Una vez establecido el contacto con el comprador potencial y enviado la información sobre tu empresa y tus productos (cotización, catálogos, ficha técnica, muestras), debes desarrollar un contrato de compra-venta internacional.

Si el monto exportado es mayor a US\$ 5 000, tienes que iniciar el trámite operativo con un agente de aduanas. Para montos menores, cuentas con el servicio Exporta Fácil, que te explicaremos más adelante.

6



Trámites de aduana

Como exportador, debes enviar a tu agencia de aduanas o agencia de carga los documentos comerciales de embarque exigidos por el importador. En base a ellos, la agencia de aduanas realiza los trámites ante la SUNAT, solicitando la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM), documento oficial para regularizar la salida legal de tus productos. En caso de que el despacho sea inferior a US\$ 5 000, tú mismo puedes realizar el trámite de exportación ante la SUNAT.

7



Embarque al exterior

En la etapa final, la agencia de aduanas solicita a la agencia de carga la numeración del documento de embarque para el traslado de tu producto a la nave.

Luego, la agencia de aduanas te entrega los documentos de embarque para que los remitas a tu banco y a tu importador, vía courier. Finalmente, si cuentas con una carta de crédito en la que se establecen las condiciones de entrega del producto (lugar, precio, forma de pago, entre otros), tu banco envía los documentos al banco emisor y, si este los encuentra conformes, procede a hacer la transferencia del pago a tu cuenta.

¡MUY IMPORTANTE!

Siempre coordina con el comprador las condiciones de acceso en su país, de tal manera que tus productos lleguen fácilmente a su destino. Como en cualquier importación, los compradores deberán cumplir con las exigencias arancelarias, las normas y las reglamentaciones de comercio de su país.



Paso 1: Formalización de tu empresa

Antes de empezar a exportar es necesario estar formalizado como persona natural (con negocio) o como persona jurídica. La empresa debe estar reconocida legalmente ante la SUNAT y contar con el **RUC**. La empresa también debe estar habilitada para emitir **boletas de venta y/o facturas comerciales**.



- *Es recomendable que se especifique en la ficha RUC de la SUNAT, en el acápite de actividad de Comercio Exterior: “Exportador-Importador-Comercializador”.*
- *Gracias a Exporta Fácil, también se puede exportar bajo el Régimen Simplificado emitiendo Boletas de Venta.*



¿Dónde encuentro información sobre empresa y formalización?

**Tu
Empresa**

<http://www.tuempresa.gob.pe/>



www.sunat.gob.pe



www.cofide.com.pe





Paso II: Estudio de mercado



La búsqueda, selección y clasificación de información permitirá disminuir riesgos de exportación.



INVESTIGACIÓN DE
MERCADO

*Identificar
oportunidades
comerciales.*



Paso II: Estudio de mercado

- Sistema político-legal
- Economía.
- Competencia
- Canales de distribución
- Puntos de entrada (puertos, aeropuertos)
- Necesidad de adaptación del producto.
- Estructura de precios
- Nivel de intervención del gobierno
- Variaciones culturales





Paso II: Estudio de mercado



Segmentación del Mercado



Mercado → Segmento → Nicho

Buenas prácticas:

- Encontrar el balance entre competitividad y ganancias.
- Describir al comprador con el mayor detalle posible.
- Resaltar las posibles razones por las que compraría el producto ofrecido.



Paso II: Estudio de mercado



¿Cómo seleccionar mercados potenciales para exportar?

- Se recomienda empezar por los países que son socios comerciales.
- Búsqueda de información:
 - ✓ *Estadística.*
 - ✓ *Criterios cualitativos.*
 - ✓ *Experiencias de exportaciones u organizaciones especializadas.*

Identificar la partida arancelaria del producto a fin de hacer búsquedas estadísticas de países destino de las exportaciones.

Nota: aprox. el 93% del intercambio comercial peruano se realiza con los países con los que tenemos acuerdos comerciales



Paso II: Estudio de mercado

¿Dónde encuentro información sobre estudios y guías de mercado?

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX

<http://www.siicex.gob.pe/>

Procolombia

<http://www.procolombia.co/>

Pro Ecuador

<http://www.proecuador.gob.ec/>

ProChile

<http://www.prochile.gob.cl/>

ICEX España

<http://www.icex.es/icex/es/>



Fichas de negociaciones

- En Boletín de Inteligencia de Mercados, en sección Infografías, encontrarás las fichas de negociaciones.



Ficha técnica para negociar con **Emiratos Árabes Unidos**

Cuidados en el Proceso de Negociación

- Durante la negociación evita directamente hablar de negocios, ya que no es bien visto. De la misma forma, debe llegar a tiempo a la reunión pactada.
- En los Emiratos Árabes, a diferencia de otras regiones del continente, es casi innútil fijar reuniones con semanas de anticipación por lo que se recomienda fijarlas unos días antes.
- En el caso que el empresario emiratí lo invite a beber, de no hacerlo se tomaría como una descortesía; o si u.g. se recomienda no cruzar las piernas mostrando los talones ya que puede tomarse como una ofensa. De la misma forma el pulgar hacia arriba es considerado inapropiado.
- En cuanto a la vestimenta se debe evitar el estilo americano, ya que si es muy vistoso es mal visto por el empresario árabe.



Normas de Protocolo

- La negociación en los Emiratos Árabes se acostumbra hacerse sin prisas, por lo que se espera llegar a un acuerdo luego de varias reuniones. Se acostumbra quitarse los zapatos cuando se le invite a pasar en caso el piso esté recubierto de alfombra o tapiz. Se debe saludar a la persona mayor y continuar saludando en sentido contrario. Se acostumbra el apretón de manos y no debe sorprenderse si el empresario árabe mantiene el apretón por un tiempo prolongado, ella es muy usual.
- El código de etiqueta exige el uso de trajes con corbata para los hombres y ropa conservadora en el caso de las mujeres; en ambos casos se debe evitar el uso de joyas vistosas. En cuanto al intercambio de tarjetas, es una práctica habitual mas no una obligación. Es recomendable contar con una versión en árabe, se debe entregar con la mano derecha.

En caso la reunión se dé con una mujer, se debe esperar que sea ella quien extienda la reunión con un emiratí, debe esperar a que este extienda su mano primero. La presentación suele ser bastante informal, no obstante, es común el uso de "Mister" o "Madame". Los habitantes de los Emiratos son empresarios que saben negociar, por lo que se debe prestar cuidado en lo que dicen más que en lo que firman. Los intercambios de regalos en este parte del mundo no son una regla explícita, pero son muy apreciados. En caso de dar un regalo, se debe evitar los perfumes en base a alcohol, objetos que representen cuchillos, perros o joyería de oro.

Perfil General del Consumidor Emirati

Se caracterizan por ser una población generalmente joven que cuenta con una calidad de vida alta. Sus consumidores se encuentran muy interesados en tecnología, especialmente del sector de telefonía móvil y de información. En el momento de realizar la compra, los consumidores cuentan con ciertos criterios como: el precio, la calidad del producto, el servicio post venta y el grado de innovación.

Si en el producto se tiene en cuenta las tradiciones locales y creencias religiosas resultará más atractivo y facilitará la decisión de compra. Existen diferencias entre los consumidores de altos y bajos ingresos; para los primeros, no es importante el precio, y para el segundo, el precio es un factor decisivo.

En lo que respecta a la compra de ropa o productos de lujo, la marca cobra una gran importancia.



Información General de los Emiratos Arabes

Inflación:
La tasa de inflación nacional será de 2.8 % (2017).
Fuente: Fondo Monetario Internacional - IMF

Tipo de Cambio:
La moneda oficial es el Dirham y su tipo de cambio a junio de 2017 es de 1 AED= 0.2723 USD= 3.6730 AED, IPEN = 1.12 AE

Fuente: Banco Central de los Emiratos Arabes Unidos, Portal de cambio de moneda de los Emiratos Arabes Unidos

PBI:
El Producto Bruto Interno para el 2017 es de 1.5%.
Fuente: Trading Economics / Statistics Canada

Puertos Internacionales:
• Zayed • Port Of Khor
• Port Rashid • Falkon

Estrategias de Negociación



- La cultura árabe tiene muchos tabúes y certezas en
- Se sugiere demostrar la voluntad de ser de utilidad en



Ficha técnica para negociar con **Francia**

Perfil del consumidor francés

- El consumidor francés se ha caracterizado por ser un consumidor impulsivo y dispuesto a probar nuevos e innovadores productos. Si bien existe una fuerte relación de consumo con el poder adquisitivo, en los últimos años la calidad, marca y responsabilidad con el medio ambiente del producto se tornaron prioritarios por los consumidores franceses.
- Francia posee una población cada vez más longeva, por lo que el consumo está ligado a productos de ocio, entretenimiento, cultura y regalos, siendo el sector juvenil el que utiliza con mayor frecuencia los créditos de consumo.



Cuidados en el Proceso de Negociación

- El proceso de negociación en Francia es lento, por lo que se debe estar preparado para varias reuniones. Evitar tomar una actitud demasiado amistosa, así como hacer preguntas personales o confidenciales; tenga en cuenta que el empresario francés tenga una línea distinta entre sus relaciones personales y profesionales.
- En caso de no hablar francés, es necesario contar con un intérprete; de no contar con uno, puede expresarse en español. Recuerde que el español es mejor visto que el inglés. Es de suma importancia evitar cualquier tipo de presentación informal; se debe tener un dominio del tema a tratar con el fin de mostrar una buena imagen.
- Los empresarios franceses suelen no estar cómodos hablando de dinero, por lo que es sustancial llegar a este tema al final de la negociación; de la misma forma, prescindir de todo lúdico de regalos. Se debe tener en cuenta que los empresarios franceses también tienen dificultades para dar un "no" rotundo, por lo que si se observa que el empresario francés da muchas vueltas al asunto, tenga por seguro que no está interesado. Durante la negociación, se debe estar en la capacidad de tomar las propias decisiones. Es trascendental que los contratos estén redactados en francés y evitando cualquier anglosjismo.



Estrategias de Negociación



- El ejecutivo francés estudiará bien las condiciones e intereses que pueda existir en las propuestas de negocios que trate. Se requiere contar con uno en cada aspecto, desde el atuendo a vestir, formalidad, hasta la solución y cargo de los contenidos y argumentos que se utilicen.
- protocolo de saludo y charla formal, a la vez de controlar los movimientos del cuerpo con relativa suavidad y hasta ligero, ayudarán mucho a un buen desempeño.

Una técnica recomendable es la de vincular posibles

Información General de Francia

Inflación:
La tasa de inflación nacional es de 1.7%, tasa positiva en lo que va del 2017, el año 2016 fue de 0.80%.
Fuente: Trading Economics

Tipo de Cambio:
La moneda oficial del país de Francia es el Euro (€), siendo el valor de un dólar de 0.96 al 2016, con una proyección estimada de hasta 0.89 al 2017.
Fuente: Banco Central Europeo

PBI Francia:
El Producto Bruto Interno de Francia en el 2016 fue de 1%, mientras para el 2017 se estima un crecimiento de 1.5%.
Fuente: Trading Economics

Puertos Internacionales:
• Marsella • Niza • Burdeos
• Brest • Calais • Fos-sur-mer
• Le Havre • Rouen • La Pallice
• Dunkerque • Nantes • Gijón
• Nantes Saint • Guadalupe • Matanzas
Fuente: Ministerio de Ecología, Desarrollo Sostenible y Energía, Santander Table - Francia, WorldPort Source

Aeropuertos Internacionales:
• París • Niza • Lille
• París Orly • Estambul • Montpellier
• Marsella • Toulouse • Ajaccio
• Lyon • Biarritz • Biarritz
• Nantes • Beauvais-Tillé • Toulouse
• Burdeos • Rennes • Nimes-urles
Fuente: FranceAirlines, Airgates.es, Airgates.net

Normas de Protocolo

- Las reuniones de negociación deben ser programadas con 2 semanas de anticipación; o si u.g. se pueden programar entre las 9 de la mañana y 7 de la noche.
- Se suele saludar con un apretón de manos y dirigirse por su apellido seguido de un "Monsieur" o "Madame" respectivamente. Posterior a ello, debe presentarse iniciando con "Enchanté" (encantado) seguido por su nombre y apellido. Es importante no mostrarse informal y tener un amplio conocimiento del tema a tratar. Suelen mantener la vista fija en la otra persona, por lo que se debe estar preparado para ello.
- Las negociaciones con los empresarios franceses toman tiempo; no use técnicas de presión. En caso de encontrar puntos débiles en la propuesta a negociar no se debe tener en defender su

Infografía:

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page=896.72400#anclafecha

Boletín: <http://www.siicex.gob.pe/inteligenciademercados>



Paso II: Estudio de mercado

¿Dónde encuentro información sobre mercados?



ITC TRADE MAP
Trade statistics for international business development
Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.

Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Trade Map provides - in the form of tables, graphs and maps - indicators on export performance, international demand, alternative markets and competitive markets, as well as a directory of importing and exporting companies. Trade Map covers 220 countries and territories and 5300 products of the Harmonized System. The monthly, quarterly and yearly trade flows are available from the most aggregated level to the tariff line level.

Imports Exports

Service Product Single Group [Advanced search](#)

Country Region [i](#)

Trade Indicators Yearly Time Series Quarterly Time Series Monthly Time Series Companies

Concentration and average distance in 2017
Imported product: Total

Country	Value
China	~7000
Japan	~6000
United States of America	~5000
Hong Kong, China	~4000
United Kingdom	~3500
Germany	~3000
France	~2500

Importing markets in 2017
Product: Total

Growth of countries' imports
Product: Total

Country	Growth
China	~15
Japan	~10
Germany	~8
France	~7
Hong Kong, China	~6
United States of America	~5
United Kingdom	~4

User Group: Foreign Supplier Sector: None Country: Peru

Information Advice Contact

TFO CANADA Experts in trade for developing countries

SERVICES FOR FOREIGN SUPPLIERS SERVICES FOR CANADIANS BUYERS SERVICES FOR TRADE SUPPORT INSTITUTIONS ABOUT TFO CANADA

English | Español | Français

Not a member? [Register here](#) [SIGN IN](#)

WELCOME TO THE CANADIAN MARKETPLACE

TFO Canada is the primary Canadian provider of information, advice and contact for exporters in developing and emerging countries. TFO Canada provides free web-based products and services to registered exporters including our flagship *Exporting to Canada Handbook* and multiple sector specific documents, and we publish supply offers to Canadian buyers.

1,524
The number of Canadian importers registered on the TFO Canada service. TFO Canada publishes export offers to these buyers every month.

22
The number of Canadian market publications available

Tell us what your area of interest is so we can customize the content of our website to better suit your needs:

Choose a sector: None Choose a country: Peru

You are a: Foreign Supplier Canadian Buyer Trade Support Institution [Go](#)

Please [register with us](#) free of charge to gain access to detailed trade information, to subscribe to our regular trade publications and for customized buyer-seller matching.

Caribbean Giftware Project Illuminates Luna Design

Foreign Supplier Database
General Industry Search Product-Specific Search

Current Trade News
[Canada Reaches Free Trade Deal with Honduras](#)
(CBC News) Canada has

Exporting to Canada A Handbook
[DOWNLOAD](#)

<https://www.trademap.org/>

www.tfocanada.ca





Paso II: Estudio de mercado



¿Dónde encuentro información sobre mercados?

News Projects Events About CBI Contact us

CBI
Ministry of Foreign Affairs

Home Export to Europe Import from a developing country Collaborate with us Market Information

CBI is the Centre for the Promotion of Imports from developing countries

Annually, CBI supports more than 800 entrepreneurs to become successful exporters on the European market through our export coaching projects. Moreover, CBI publishes around 450 market studies every year. [Learn more about CBI](#)

Find out what CBI can do for you

www.cbi.eu

ALADI
Asociación Latinoamericana de Integración

SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

Bienvenido al Sistema de Información de Comercio Exterior del sitio web de la ALADI

Ponemos a su disposición una nueva versión del Sistema de Comercio Exterior, en el que se incluyen estadísticas del Comercio Internacional de Servicios en un módulo independiente del ya existente sobre Comercio Internacional de Bienes.

Comercio Internacional de Bienes

Comercio Internacional de Servicios

Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI

<http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>

2



Estudio del mercado

Otras herramientas de Inteligencia de Mercado



¿Cómo mantenerme informado?



Atención:

Módulos del Servicio de Atención al Exportador

Av. Jorge Basadre 610, San Isidro.

Horario de atención es de lunes a viernes de 9 a 13 horas y 14 a 18 horas.



Aló Exportador:

6045601 – 6045602 - 604503

Correo electrónico:

sae@promperu.gob.pe

sae1@promperu.gob.pe





Paso III: Perfil de tu producto

- ✓ *¿Responde a las necesidades, gustos y preferencias, modas y tendencias del mercado al que apuntamos?*
- ✓ *¿Se diferencia en algo con respecto a los productos de la competencia?*
- ✓ *¿Se ajusta a los requerimientos de cantidad, calidad, etiquetado y protección del medioambiente?*
- ✓ *¿Todos los productos peruanos ingresan a los mercados internacionales?*

Regulaciones

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=709.69200

3



Perfil de tu producto

¿Qué debo conocer para adaptar el producto al mercado?

- Clima competitivo
- Relación precio-calidad
- Marcas propias
- Conciencia consumidora
- Productos orgánicos.





Arándanos –Supermercado en China



3



Palta Hass –Supermercado en Italia



3



Perfil de tu
producto

- **Barreras arancelarias**

Acuerdos vigentes

- Bloques económicos: OMC, CAN, MERCOSUR, APEC, EFTA, UE
- Bilaterales: Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, Estados Unidos, Honduras, Japón, México, Panamá, Singapur, Tailandia y Venezuela

Acuerdos por entrar en vigencia

- Guatemala; Australia y Alianza del Pacífico.

Acuerdos en negociación

- India, El Salvador, Programa DOHA, Acuerdo de Asociación Transpacífico-TPP, Acuerdo de Comercio de Servicios-TISA y Turquía



- Barreras no arancelarias

- ❖ Cuotas, antidumping.
- ❖ Derechos Compensatorios
- ❖ Inocuidad
- ❖ Seguridad
- ❖ Medio Ambiente
- ❖ Aspectos Sociales
- ❖ Inspección en aduanas
- ❖ Embalaje de madera

- ❖ Límites máximos de residuos plaguicidas (LMR)
- ❖ No exceder niveles de metales pesados
- ❖ Otras normativas





¿Dónde encuentro información sobre productos de exportación?

SIICEX

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_ =160.00000

Mincetur

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/>

Minag

<http://www.minag.gob.pe/porta1/>

Produce

<http://www.produce.gob.pe/>

Boletines de Inteligencia Comercial – SIICEX

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_ =725.72400





Paso IV: Promoción de tu producto

¿Cómo difundir internacionalmente la oferta de un producto?

- Participación en ferias especializadas y misiones comerciales, así como ruedas de negocios.
- **Promperú** cuenta con el calendario de actividades en el que se puede visualizar todas las ferias especializadas en las que participa.
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=242.00000
- **Perú Trade Now** comunidades de negocios que facilitan las operaciones comerciales entre las empresas.
<http://www.perutradenow.com/en/home>



¿Dónde puedo encontrar más información acerca ferias internacionales?



Ferias internacionales en Perú



10 años

<http://ruedasnegocios.promperu.gob.pe/>

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/calendariodeactividades-promocioncomercial-2018.pdf>





¿Cuáles son los materiales promocionales básicos que deben desarrollarse para exportar?

- Tarjetas promocionales
- Materiales impresos
- Fichas técnicas
- Dirección electrónica
- Página web
- Muestras de los productos



4

Promoción de
tu productoTOMA
NOTA

Internet es una herramienta alternativa que te permite reducir costos y tener una aproximación virtual a tus compradores.

- Posicionamiento web
- Presencia en redes sociales
- Participa en blogs
- Interactúa con tus clientes
- Acércate a tus clientes

Google
AdWords



prom
perú



Claudia Cervantes B.
Departamento de Asesoría Empresarial y Capacitación
sae1@promperu.gob.pe
www.promperu.gob.pe

14 de noviembre de 2018
Lima, Perú

